N° 28 • Juin 2007 • 2 euros

# Action Paysage

http://paysagesdefrance.free.fr

# « États généraux du paysage » : LE GÂCHIS

« États généraux du paysage »
Paris, 8 février 2007
ENJEUX INTERDITS ET LIAISONS DANGEREUSES ?

La question de l'affichage publicitaire ne figurait même pas au programme.

**PAGE 12**

## Editorial

## Sarkozy a promis

« Je souhaite une réglementation stricte qui respecte une pratique plus contemplative de la nature

S'agissant de la pratique des sports motorisés en pleine nature, je veux être très ferme

Nicolas Sarkozy a répondu à l'ensemble des points sur lesquels les candidats à l'élection présidentielle ont été questionnés par Paysages de France.

**Des permis de construire sont accordés** en violation de la loi littoral sans être déférés devant le tribunal ? « C'est inacceptable », écrit le nouveau président de la République. Des problèmes sont posés par le déferlement des quads et autres engins tout-terrain dans les espaces naturels ? « Je m'engage résolument sur une interdiction claire et totale des pratiques qui détruisent l'espace. » L'association demande à être reçue d'urgence par le ministre de l'Environnement ? « Non seulement j'y suis favorable ; mais je m'y engage », précise-t-il.

Nous souhaitons relancer une politique du paysage qui ne négligera plus les espaces banals,

comme les entrées de villes, qui défigurent le quotidien

**Ministre de l'Intérieur,** Nicolas Sarkozy n'avait jamais répondu aux nombreux courriers de Paysages de France. Aujourd'hui, il répond, s'engage et signe. Dont acte. ■

Une Commission fera la place à tous les acteurs du secteur, et notamment à votre association »

Nicolas Sarkozy

**Pierre-Jean Delahousse,**
Président de Paysages de France

DÉMONTAGES

## Enseignes Leclerc mises à terre

Nouvelles victoires à Saint-Aunès et à Montauban.

**PAGE 14**

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## Paysages de France lance un appel au maire de Paris

Si le projet était adopté en l'état, il ne ferait que redéployer, en l'aggravant parfois, la pollution visuelle engendrée par la publicité.

**PAGE 13**

Périodique de **« Paysages de France »**, association agréée dans le cadre national au titre des articles L. 141-1 et suivants du Code de l'environnement.
5, place Bir-Hakeim – 38000 Grenoble – Tél./tcp. : 04 76 03 23 75 – Courriel : paysagesdefrance@free.fr – Internet : http://paysagesdefrance.free.fr

# Sommaire

N° 28 • Juin 2007


## Éditorial

**1** Sarkozy a promis.

## Analyse

**3** Pour une architecture future habitée par l'esprit des lieux.

## Actualités

**4** À Lyon, « Primevère » fait le printemps.

**5** Paysages de France à la semaine de l'environnement de Pau.
La baie de la Sienne à pied et en paramoteur.

**6** Il faut diffuser une culture du paysage.

**7** La France intelligente.
La Bretagne ou l'environnement égaré.
L'homme qui vivait avec les ours.

**8** Nouvelle reconnaissance de la compétence de Paysages de France.

**9** Les beaux rivages du lac d'Annecy.

**10** Paysages de Mongolie : le choc du retour… en France.
Redeker l'« islamophobe » idolâtre la pub.

**11** « Save the French landscape ».

## À la une

**12** Le gâchis des « États généraux du paysage ».

**13** Paysages de France lance un appel au maire de Paris.

## Le point sur

**14** Enseignes Leclerc mises à terre.

## Société

**16** La préfète était restée sourde et muette : le tribunal administratif condamne l'État.


# Sélection

# Paysages de France dans les médias

**SEPTEMBRE 2006** ○ **L'Hebdo de l'Ardèche :** « Les échos du forum ».
**NOVEMBRE** ○ **L'Aisne Nouvelle,** 2 novembre : « Un recours "démesuré" » ○ **L'Union,** 2 novembre : « Guy Paquin a exprimé sa colère quant à l'action en justice engagée par l'association Paysages de France » ○ **Le Dauphiné Libéré,** 16 novembre : « Des panneaux publicitaires qui deviennent illicites. Quand ça l'affiche mal », « Une action dans la France entière : des centaines de panneaux enlevés » (article évoquant les actions de Paysages de France à Privas, Ardèche).
**DÉCEMBRE** ○ **France 3 Midi-Pyrénées,** 20 décembre : JT 19/20 « La guerre des pubs à commencé à Montauban » ○ **Libération,** 20 décembre : « Un film. Les antipub se font de la pub » (à propos de la situation à Montauban) ○ **Le Petit Journal,** 27 décembre : « Halte à l'invasion ! » « Un peu partout en France, de nombreux citoyens se mobilisent pour lutter efficacement contre l'invasion des panneaux publicitaires, notamment à l'entrée des villes. Montauban étant un bel exemple de cette invasion. »
**JANVIER 2007** ○ **Village Magazine :** « Zones commerciales, pavillons, lignes électriques… Oh, la jolie campagne ! » ○ **Le Midi Libre,** 5 janvier : « Villefranche-de-Panat : « Paysages de France soutient l'Aptivil » ○ **Centre Presse,** 5 janvier : « L'association Aptivil cherche des soutiens » ○ **Le Progrès,** 11 janvier : « L'Aptivil reçoit le soutien de Paysages de France » ○ **L'Hebdo** (Aveyron), n° 481, 12 janvier : « Paysages de France soutient l'Aptivil » ○ **Le Monde,** 12 janvier : « Les "barbouilleurs" d'affiches publicitaires en procès » ○ **Le Parisien,** 12 janvier : « Sept militants antipub au tribunal » ○ **Libération,** 13-14 janvier : « Je dédie ma défense à l'entrée défigurée de Douarnenez » (procès des « déboulonneurs » du 12-1-2007) ○ **La Nouvelle République,** 13 janvier : « Les "déboulonneurs" donnent dans le panneau » ○ **Le Canard enchaîné,** 17 janvier : « Les amis de Sancho Pança » *(idem)* ○ **Le Petit Journal,** 20 janvier : « Montauban. La force des "faibles" ».
**FÉVRIER** ○ **French News,** n° 213 : « Veiling the corporate landscape » ○ **The Connexion :** « English campaigner launches 'cover up' fight against roadside billboards » ○ **La Voix du Nord,** 4-5 février : « Quelle place pour la pub dans le décor ? » comprenant une interview de Cyril Ronfort, vice-président de PDF ○ **La Dépêche du Midi,** 7 février : Les manœuvres de l'UPE pour écarter PDF du groupe de travail affichage de Montauban ○ **France Inter,** 7 février : Émission « Allô, la Terre » (le président de PDF interrogé en direct sur le scandale de l'affichage publicitaire en France) ○ **AFP,** 8 février : Dépêche (manifestation PDF-RAP devant le palais d'Iéna, à Paris, à l'occasion des « États généraux du paysage ») ○ **Matin Plus, Métro,** 9 février : Manifestation du 8-2-2007 ○ **France Bleu,** 12 février : Interview de J.-P. Jolimaitre, administrateur de PDF ○ **France Culture,** 12 février : Émission « Terre à Terre » ○ **Le Petit Journal,** 16 février : « Paysages de France : la colère gronde. »
**MARS** ○ **The Connexion :** « Leading the campaign to protect rural France » (article évoquant les actions conduites à Montauban et reprenant des propos de Tony Smith, correspondant local de PDF, et du président de l'association) ○ **La Croix,** 1er mars : « La France veut sauver ses paysages » (article consacré aux « États généraux du paysage et à la manifestation du 8 février 2007) ○ **La Dépêche du Midi,** 15 mars : « Le préfet sommé de faire respecter la loi » (voir demande préalable de PDF au préfet du Tarn-et-Garonne concernant des enseignes Leclerc et Netto) ○ **Politis,** n° 944, 22-28 mars : « Dépolluer la cité » ○ **Le Dauphiné Libéré** (Chambéry et Aix-les-Bains), 27 mars : « Savoie : interdit en France, l'héliski se joue des frontières » ○ **La Dépêche du Midi,** 28 mars : sur l'interpellation du préfet du Tarn-et-Garonne par PDF ○ **Le Berry républicain,** 28 mars : « Tribunal administratif. L'antenne de Montigny pourrait bien tomber » ○ **France 3 Toulouse,** 29 mars : JT 19/20. Reportage sur l'action du 28 mars 2007 à Montauban (présentation de 2 000 signatures sur un panneau du conseil général).
**AVRIL** ○ **Le Dauphiné Libéré,** 2 avril : rassemblement du 1er avril ○ **Le Parisien,** 5 avril : « Publicité : Paris veut faire du nettoyage » ○ **La Montagne,** 7 avril : « Paysages de France tombe sur les panneaux » « L'association a relevé 500 infractions dans le Puy-de-Dôme » ○ **France 3 Centre,** 16 avril : JT 19/20. Reportage sur le jugement dans l'affaire de pylône de téléphonie mobile de Montigny (Cher) ○ **France 3 Montpellier,** 19 avril : JT du soir. « Et Toc ! », reportage sur le démontage de l'enseigne Leclerc de Saint-Aunès avec intervention de Jean-Paul Rebouillat, de PDF Languedoc-Roussillon ○ **Le Petit Journal** (édition Tarn-et-Garonne), n° 2131, 19 avril : « Le paysage, ça nous regarde… » (présentation de PDF et son antenne montalbanaise) ○ **Radio Aviva,** 20 avril : JT de 13 heures. Interview du président de Paysages de France à la suite du démontage de l'enseigne Leclerc de Saint-Aunès ○ **France Bleu Hérault,** 20 avril : JT de midi. Interview de Jean-Paul Rebouillat, de PDF Languedoc-Roussillon, à la suite du démontage de l'enseigne Leclerc de Saint-Aunès ○ **Montpellier Plus,** 20 avril : « Une enseigne à terre ».
**MAI** ○ **Camping-Car Magazine,** n° 190 : « Préservons nos paysages » (article de Tony Smith) ○ **France 3 Auvergne,** 1er mai : 19/20. Reportage sur l'action conduite par PDF dans le Puy-de-Dôme où l'association a relevé plus de 500 panneaux publicitaires en infraction. Interview de Cyril Ronfort, vice-président de Paysages de France ○ **France 3 Rhône-Alpes Auvergne,** 2 mai : 12/13. *Idem* ○ **France Bleu Île-de-France,** 3 mai : Le président de PDF questionné sur le projet de nouveau RLP ○ **France 3 Île-de-France,** 3 mai : JT 19/20 (PDF et RAP interrogés sur le projet de nouveau RLP) ○ **Le Parisien,** 3 mai : « Les associations font la guerre aux affiches » ○ **Matin Plus,** 4 mai : « Révision des zones ouvertes à la pub » ○ **RCF Pays de l'Ain,** 13 mai : « Fête Autrement », interview de Danièle Grizel ○ **Village Magazine :** « Loisirs verts motorisés contre randonneurs excédés ». Interview de Régis de Poortere, président de Valloire nature et avenir, et membre de Paysages de France.


## ❑ OUI, j'adhère à Paysages de France et je bénéficie de l'abonnement à la revue « Action Paysage »

❑ Adhérent : 10 euros ou plus ❑ Couple : 12 euros ou plus
❑ Soutien : 20 euros ou plus ❑ Association : 20 euros ou plus
❑ Étudiant, demandeur d'emploi : 4 euros ou plus
❑ Membre bienfaiteur : 90 euros ou plus

Nom _____
Prénom _____
Adresse _____
_____
Téléphone _____
Courriel _____

❑ Je joins un chèque à l'ordre de **Paysages de France**
**5, place Bir-Hakeim – 38000 Grenoble**

Adhésion

## ❑ OUI, je m'abonne seulement à la revue « Action Paysage » (deux numéros par an)

❑ Lecteur : 4,50 euros
❑ Soutien : 6 euros ou plus

Nom _____
Prénom _____
Adresse _____
_____
Téléphone _____
Courriel _____

❑ Je joins un chèque à l'ordre de **Paysages de France**
**5, place Bir-Hakeim – 38000 Grenoble**

Abonnement


**Action Paysage** Périodique de l'association Paysages de France, 5, place Bir-Hakeim, 38000 Grenoble. Téléphone-télécopie : 04 76 03 23 75. Courriel : paysagesdefrance@free.fr – Internet : http://paysagesdefrance.free.fr – Directeur de la publication : Bernard Durand. Conception graphique : Yvon Larguier. Impression : Imprimerie Launay, 75005 Paris. Dépôt légal : juin 2007. ISSN : 1249-7096.

CADRE DE VIE

# Pour une architecture future habitée par l'esprit des lieux

Chalet d'alpage à Goudissard (Hautes-Alpes), dans la vallée de la Guisane.

Chalet des années 60, utilisé comme résidence secondaire, dans la même vallée…

Photos : D. R.

Si le maintien de la biodiversité est devenu aujourd'hui un enjeu majeur, faire en sorte que les espaces ne se banalisent pas, mais restent pluriels, divers et « typiques » est une priorité en matière de paysage. Or, dans ce domaine, l'architecture, lorsqu'elle est parachutée ou l'expression du nombrilisme exacerbé de certains, peut devenir un vecteur redoutable de banalisation, d'uniformisation et d'appauvrissement d'un territoire. On sait quelles menaces pouvaient peser sur un territoire comme la Chartreuse du fait d'initiatives intempestives (voir *Action Paysage* n° 27, décembre 2006). Le cas de Serre-Chevalier, dans la vallée de la Guisane, montre que d'autres choix peuvent être faits. **P.-J. D.**

## Des objectifs à court terme

Pour qui revient régulièrement, depuis soixante ans, dans la vallée de la Guisane, les transformations architecturales et d'urbanisme sont considérables. La beauté du site et l'existence de la station de Serre-Chevalier provoquent l'afflux de visiteurs, de résidents secondaires et de promoteurs. La proportion de logements pour les gens d'ici est passée de 50 % en 1950 à 15 % en 2005.

Nous avons été « conditionnés » par ce que nous avons vu dans notre jeune âge, et avons toujours tendance à aimer et à reproduire ce que nous avons apprécié, mais avons-nous connu la terrible vie des gens d'il y a soixante ans et avons-nous vécu dans ces « charmantes demeures » ? On ne peut imaginer de refuser toute évolution : elles sont à la fois inéluctables et souhaitables. Cela ne signifie pas pour autant que l'on doive faire n'importe quoi.

Les outils ont changé. Les matériaux classiques, pierre, crépis de sable calcaire, mélèze, chaume, bardeau ou tôle sont concurrencés par le béton, le bac plat, etc. Le pic et la palle ont cédé la place aux engins dont la puissance peut être destructrice. Surtout, les objectifs et les conceptions des propriétaires, des promoteurs et des entrepreneurs ne sont plus les mêmes. Le temps est maintenant compté pour tous : il est loin, le temps d'une lente construction au fil des générations et pour longtemps.

Pour les propriétaires, résidents principaux, nouveaux venus ou résidents secondaires, il faut le confort moderne et rester dans des limites financières strictes. Les résidents secondaires veulent « faire pratique », et ont en tête l'archétype de la maison de montagne : le chalet savoyard ou suisse tout en bois, ce qui est une erreur dans la vallée, tout autant que l'emploi du terme « chalet ». Ils ont souvent plus confiance dans leur architecte parisien que dans un architecte local, plus sensible à l'esprit des lieux. Pour les entrepreneurs, il faut aller vite, s'assurer des marges suffisantes et donc utiliser des solutions auxquelles ils sont rodés : cela peut provoquer des conflits sur les chantiers. Les architectes, qui devraient être des arbitres, veulent innover.

***Une architecture « parachutée » peut banaliser un territoire***

Enfin, les promoteurs, souvent extérieurs à la vallée, cherchent le plus souvent le profit immédiat et ne se plient qu'avec difficulté à toute autre contrainte. Tous recherchent l'originalité qui permet d'éviter de rechercher la perfection dans le style choisi. Pourtant de nombreux architectes, plus « artistes » que leurs confrères, cherchent à mobiliser les anciennes pratiques au profit d'une esthétique raisonnée. Mais il leur manque le temps de la pédagogie – ce ne sont pas les payeurs –, et la réglementation ne permet pas toujours de respecter leurs avis. Aujourd'hui, chacun est conscient qu'on ne peut tout laisser faire et accepter sans réagir la médiocrité ou les folies de certains architectes ou propriétaires.

Après des années d'indifférence, de gros efforts de réflexion ont été faits dans le département des Hautes-Alpes. Il faut saluer, par exemple, la parution, en septembre 2005, d'un excellent « Guide de rénovation des bâtiments d'estive ». Les communes ont souvent adopté une « Charte architecturale » jointe au plan local d'urbanisme (PLU). Celle de La Salle-les-Alpes recommande par exemple de conserver le gris ocre traditionnel et conseille de n'utiliser les teintes pastel qu'avec prudence. Des « recommandations architecturales » visent à guider la démarche des constructeurs en matière d'implantation, de volumes, d'ouvertures (toujours plus hautes que larges), de toitures, cheminées, lucarnes, balcons et clôtures.

Pour réduire le décalage criant entre toutes ces bonnes idées et la réalité quotidienne, il y a quelques mesures vigoureuses à prendre :
– poursuivre et intensifier les concertations. Une discussion autour d'un rapport d'expert, si bon soit-il, met déjà les acteurs devant le fait accompli et ne peut tenir lieu de véritable concertation ;
– renforcer la réglementation et les moyens de contrôle, y compris par les citoyens. Un simple formulaire de demande de permis de construire affiché en mairie ne permet pas de réagir. Après, il est trop tard. Il faut aussi donner les moyens et le temps à l'architecte des Bâtiments de France de faire valoir son point de vue, afin qu'il soit compris ;
– à long terme, l'école a un rôle à jouer par la connaissance du patrimoine en organisant des visites et des cours de dessin en plein air. ■ **Lionel Seydoux**

RENCONTRES

# Pour qu'ils ouvrent les yeux…

**Rencontrer le public est essentiel pour faire avancer une cause et renforcer l'association qui la défend. Depuis des années, des dizaines de militants de Paysages de France se relaient pour tenir le stand de l'association au salon Naturissima de Grenoble, pendant neuf jours, à la fin du mois de novembre.**

**De même, toujours en Isère, l'association participe régulièrement au Festival de l'avenir au naturel qui se tient à L'Albenc, début septembre.**
**Mais aujourdhui, la situation a bien évolué : un peu partout, des militants de Paysages de France prennent des initiatives pour faire connaître et développer l'association.**

**Aix-les-Bains, Auch, Attignat (Ain), Bourges, Fonsorbes (Haute-Garonne), La Roche-Vineuse (Saône-et-Loire), Lyon, Montauban, Pau, Rennes…**
**C'est sur ce terrain notamment que chacun peut apporter sa contribution et bouleverser le rapport de forces, comme à Montauban, où le correspondant local de Paysages de France et les adhérents locaux sont allés régulièrement à la rencontre du public : non seulement le nombre d'adhérents a été multiplié par vingt, mais des milliers de Montalbanais ont pu exprimer leur exaspération en signant la pétition réclamant la disparition des panneaux publicitaires de grand format.**

# À Lyon, « Primevère » fait le printemps

Ce 23 février 2007, sept heures, « quand le ciel bas et lourd pèse comme un couvercle »… L'humeur, pourtant, n'est pas au spleen ! La petite voiture grenobloise est chargée à bloc : tracts, pétitions, « Kivoitou », affiches en tout genre. Direction : Primevère, le grand salon lyonnais du bio qui se tient chaque année à Eurexpo. Nos motivations : faire connaître bien sûr notre cause, mais surtout agréger les convaincus, favoriser les rencontres, dynamiser les timides et, à terme, faciliter la formation, dans l'agglomération lyonnaise, d'un groupe de travail militant et offensif qui réponde aux besoins locaux. Il suffit de pénétrer dans la banlieue est pour le constater : les besoins ne manquent pas.

Sans aucune grâce, les parallélépipèdes sombres de la grande distribution s'élèvent sur l'asphalte ; semés anarchiquement au-dessus de la plaine, ils nous renvoient à notre triste condition d'« homoconsommatus » : « naître, consommer et… mourir ». D'immenses panneaux publicitaires, oriflammes ou, plutôt, horribles flammes de nos temps modernes, entrelardent les entrepôts : en vertu de quoi nous contraindre à voir ce que nous ne voulons pas voir ? Paysage saccagé, martyrisé, « marchandisé » : indignation et révolte, encore une fois, nourrissent mon adrénaline et accélèrent mon moteur. Oui, on a bien fait de venir !

## Une pluie de questions

À l'intérieur d'Eurexpo, la ruche biologique : pantalons de chanvre, huiles essentielles, rillettes du Terroir… Oh, non ! Pas ça ! Quelques guérisseurs zélés vous apprendront à vous « déstresser », des fermières accortes font frire sur place leurs beignets végétaux. Ouf, nous sommes loin des relents gastronomiques et notre stand est planté entre Greenpeace et Casseurs de pub : notre famille d'esprit est là ! On se sent bien : on se refile les agrafeuses, on se passe la colle, on s'échange les tracts avant le grand moment ! Neuf heures trente : déjà la cohue ! Notre bâche, qui constitue le fond de stand, joue comme une véritable mise en abyme du paysage urbain environnant. Grâce à elle, l'entrée en matière avec le visiteur se fait facilement : « Ouvrons les yeux », conseille-t-elle. Oui, les Lyonnais les ont ouverts ! Et les questions fusent : « Un promoteur a dressé une immense enseigne à 10 mètres de ma fenêtre. Pouvez-vous m'aider ? » « Près de chez moi, on va couper de magnifiques arbres centenaires : qu'est-ce qu'on peut faire ? » « Je randonne dans les Monts d'Or et suis confronté chaque dimanche aux quads et aux 4 x 4. Quelle est la solution ? » Les besoins sont immenses, le stand se transforme en bureau des plaintes.

Comment transformer ce ras-le-bol, cette indignation, cette impuissance avouée en efficacité fertile ? Soyez vigilants, regroupez-vous, réagissez, battez-vous… Bien sûr, on peut vous aider, vous conseiller, mais prenez-vous en main et devenez autonomes : l'association vous donnera tous les documents utiles. Et puis… à vous de jouer ! On prend les adresses, on fait signer les pétitions (250 signatures qui attestent du « Vol de nos paysages » par l'affichage publicitaire, 297 contre les engins motorisés de loisirs dans la nature et, notamment, en montagne).

Une file d'attente s'est formée : une quinzaine d'adhésions seront enregistrées et 34 Kivoitou seront vendus en trois jours (les panneaux illégaux vivent leurs derniers instants !). Nos adhérents de Rhône-Alpes, Mariane, Monique, Sylvaine, Philippe, Jacques, Régis et les autres œuvrent dur sur le stand. Plaisir des rencontres indignées, plaisir de la communion des esprits, plaisir des révoltes partagées ! L'essai sera-t-il transformé ? Nos Lyonnais sauront-ils se prendre en charge pour préserver leurs paysages ? En tout cas, nous avons semé les petits cailloux blancs, indiqué quelques jalons, offert notre épaule juridique.

Aujourd'hui, 25 février, dix-neuf heures : le salon ferme ses portes. La voiture s'est allégée. Au dehors, un long rayon de soleil troue l'horizon… ■ **Danièle Grizel**

Paysages de France

Premier Forum Institut Gandhi/Terre du Ciel, Aix-les-Bains, du 7 au 9 avril 2007.

# Paysages de France à la semaine de l'environnement de Pau

Pour la troisième fois, l'association Aspe a organisé, à Pau, une semaine de l'environnement. Cette manifestation a eu lieu du 10 au 16 mars 2007, sur le campus universitaire. Paysages de France a donc répondu à l'invitation qui lui avait été faite et a tenu un stand durant trois jours. Ce fut l'occasion de rencontrer le public, d'expliquer le sens de notre action, mais aussi d'échanger avec d'autres associations. Parmi celle-ci : la Sepanso qui se bat localement contre le projet autoroutier Langon-Pau.

Un moment fort a été la conférence-débat animée par deux représentants de Paysages de France, dont son correspondant dans le Tarn-et-Garonne qui a présenté le film « Montauban et les 400 panneaux ». Projection qui a été suivie d'un diaporama, prétexte à un débat enrichissant avec le public. Une des premières réflexions a été que l'on aurait pu tout aussi bien tourner, dans la cité béarnaise, un film intitulé « Pau et les 400 panneaux » !

La veille, Albert Jacquard, un des éminents membres d'honneur de Paysages de France, était venu de Paris pour offrir un grand moment aux Palois et parler de l'inanité d'une certaine forme de compétition. Une autre conférence appréciée fut celle du journaliste Christian Jacquiau venu dénoncer les ravages financiers et les méthodes de la grande distribution. Nos lecteurs savent déjà de quelle mauvaise foi sont capables certains représentants de la grande distribution lorsqu'il leur est demandé de se conformer au Code de l'environnement. Quant aux nombreux Palois qui ont acheté le guide Kivoitou, ils porteront désormais un autre regard sur leur cité et son environnement. ■ **Michel Blain**

Paysages de France

Semaine de l'environnement. Campus universitaire de Pau, du 10 au 16 mars 2007.

Aspe : Association de sensibilisation aux problèmes environnementaux, UFR Sciences et techniques, BP 1155, 64013 Pau Cedex.
Programme : http://associationaspe.canalblog.com
Courriel : aspe@hotmail.fr
Sepanso : http://perso.orange.fr/federation.sepanso/

LITTORAL

# La baie de la Sienne à pied et en paramoteur

Un de nos adhérents conjugue sa technique de pilotage du paramoteur avec ses talents de photographe du paysage. Le résultat : la réalisation d'un opuscule élégamment illustré, commenté avec pertinence sur la baie de la Sienne, et le havre de Regneville, dans la Manche.

Les paysages de cet estuaire, vus alternativement par un promeneur à pied et depuis un aéronef volant à quelques dizaines de mètres d'altitude, donnent une vision poétique et surprenante de cette région injustement méconnue.

Cet ouvrage publié à compte d'auteur (1 000 exemplaires) est disponible dans différents points de vente autour de l'estuaire de la Sienne et auprès de l'auteur* (12 euros, port compris). À noter que le syndicat d'initiative d'Agon-Coutainville, qui s'est senti visé par les dernières pages stigmatisant les offenses faites au paysage, n'a pas voulu présenter cet ouvrage. Preuve s'il en est que certaines réalités montrées du doigt par Paysages de France dérangent. ■ **M. B.**

D. R.

* Jean-Luc Perdigeon, 1, résidence du Bel-Ébat, 78170 La Celle-Saint-Cloud.

AMÉNAGEMENTS

# Il faut diffuser une culture du paysage

C'est dans les années 70 que la préoccupation d'agir pour assurer la qualité du « grand paysage », c'est-à-dire du paysage à l'échelon d'une ou plusieurs communes, voire d'un département, s'est manifestée dans les services du ministère de l'Environnement qui voyait alors le jour. De tels paysages appartiennent à une multitude de propriétaires qui sont dans des situations juridiques et économiques diverses.

Pendant de nombreuses années, ceux qui avaient pour mission de développer des programmes paysagers sur de grands espaces étaient traités par certains de leurs collègues d'imposteurs, de hâbleurs. « Les paysages sont le résultat mécanique des activités humaines, en particulier agricoles, sur le socle géomorphologique. Faire croire qu'il est possible d'établir des projets paysagers à prétention esthétique sur un territoire relève tout simplement de la supercherie », disaient nos détracteurs en prononçant le mot esthétique avec une intonation qui signifiait leur mépris.

D. R.

La plaine qui s'étend au pied du village de Domme (Dordogne) est épargnée par le mitage. Cette commune est classée parmi « Les plus beaux villages de France».

## L'aménagement paysager reflète les valeurs d'une époque

L'agressivité de ces opposants était incompréhensible. Ils serinaient sans cesse leur antienne : « L'esthétique n'existe pas ; ce qui est beau pour vous ne l'est pas pour moi », comme s'il n'existait pas de forts consensus pour admirer la splendeur du mont Saint-Michel ou celle, plus près de nous, du viaduc de Millau dans son site qui, d'ailleurs, devrait être d'ores et déjà classé ! L'attitude des aménageurs ayant cet état d'esprit s'est traduite, et se manifeste encore, par le saccage de nos entrées de ville et de sites superbes. Ils ont manifesté ainsi leur incompétence économique en négligeant le rôle majeur que joue la qualité plastique des espaces dans la compétition commerciale qui fait rage notamment pour le tourisme et pour l'accueil de nouvelles activités. Ils se sont trompés d'économie en se croyant encore dans l'ère industrielle du début du XX^e^ siècle et certains persistent dans cette erreur. Leurs arguments, malgré tout, ont quelque peu déstabilisé au départ le petit réseau qui s'était constitué pour mettre en œuvre des opérations paysagères décidées par le Comité interministériel à la qualité de la vie qui existait à l'époque.

Les réponses aux objections étaient finalement sous nos yeux. Romains, Cisterciens, hommes de la Renaissance ou des Lumières, chefs d'État comme Louis XIV ou Napoléon III, mais aussi les petits paysans ont ancré sur le territoire des aménagements paysagers qui sont toujours perceptibles et dont certains restent encore opérationnels. Certes, ils ont un rôle fonctionnel mais ils sont aussi porteurs d'une esthétique qui correspond aux valeurs d'une époque : rigidité des tracés propres aux militaires et aux colonisateurs pour les Romains, implantations sur des terres ingrates pour les moines cisterciens dans une démarche ascétique de pauvreté, aménagements au profit de toutes les catégories sociales pour la Renaissance italienne, hygiénisme au XIX^e^ siècle se traduisant par la création d'un réseau de parcs, de jardins, d'avenues plantées d'arbres dans les villes…

Comment de nos jours s'y prendre pour définir et mettre en œuvre un projet de paysage sur un vaste territoire dans un pays démocratique ? Une telle démarche implique une concertation entre de nombreux partenaires, dans un contexte où les décideurs sont en poste pour un temps limité du fait des élections, des mutations administratives… Il n'est pas possible de laisser du temps au temps. Il faut en conséquence des spécialistes compétents et expérimentés capables de faire émerger rapidement un projet qui recueille un consensus suffisamment large et d'autres professionnels capables de le mettre en œuvre concrètement.

## Un contexte favorable

Un des principaux problèmes rencontrés, du moins dans notre pays, est que ce consensus est difficile à obtenir en l'absence d'une culture largement partagée dans le domaine du paysage. Il y a, en France, un véritable culte pour les objets, les vieilles pierres mais on a moins de dispositions pour ressentir la beauté d'un volume, d'un espace, d'un vide. Dans certains pays comme la Grande-Bretagne, les enseignants déclenchent l'intérêt des gamins pour un volume architectural ou une perspective en leur faisant dessiner ce qu'ils ressentent et en leur donnant des clés de compréhension, sans leur infliger un fatras de détails érudits inutiles comme c'est trop souvent le cas dans le nôtre.

Actuellement le contexte est favorable à la diffusion d'une culture en matière de grand paysage. L'expression de paysage d'aménagement est souvent utilisée, car les responsables sont disposés à bien faire dans ce domaine, mais ils ne savent pas toujours comment s'y prendre et ils s'empêtrent dans

## RECONQUÊTES CULTURELLES

**Ces quarante dernières années ont été marquées par un retour aux valeurs de l'art urbain dans les centres anciens comme dans certains nouveaux, à l'art de planter, de tailler, de gérer les arbres d'ornement, à celui des parcs et à la mise en valeur de nombreux jardins…, alors que dans les années 60 les cœurs des agglomérations comme les espaces verts étaient dans un état affligeant de médiocrité.**
**Ces reconquêtes culturelles ont été effectuées par des actions conjointes d'associations, de professionnels, d'équipes des services publics.**
**Ce qui paraît aller de soi à présent a nécessité des combats difficiles mais en quelques années des progrès remarquables ont été effectués en matière de traitement des espaces publics, de soins apportés aux arbres, et on a vu s'élargir la palette des fleurs – limitée auparavant aux géraniums et aux bégonias.**

les sollicitations contradictoires auxquelles ils sont confrontés. Par exemple, la même municipalité qui réalise un superbe jardin public en harmonie avec un monument, laisse s'implanter d'abominables installations à sa périphérie.

À mon sens, en plus des nécessaires actions de défense, les associations devraient avoir un rôle de diffusion de la culture de paysagisme d'aménagement. Mais elles ne peuvent pas agir seules. À cet égard on ne peut que s'inquiéter du désintérêt croissant de l'État pour ce qui touche le cadre de vie : tarissement des moyens pour soutenir ou lancer des opérations innovantes, incertitudes sur l'avenir des inspecteurs des sites, suppression, si j'ai bien compris, des Diren, absence de création d'un corps d'architectes paysagistes de l'État…

Ce qui fut le ministère de l'Environnement devient une annexe du ministère de l'Industrie comme si, aux problèmes actuels liés au réchauffement de la planète, la réponse ne pouvait qu'être industrielle ou forestière. Comme si, par exemple, une politique d'insertion d'une ville dans son contexte paysager en revigorant une agriculture périurbaine n'éviterait pas que des pots de yaourt ne fassent des centaines de kilomètres de route entre la vache et le consommateur : ramassage, usine, distribution, trajet en voiture du client final pour se rendre à la grande surface en périphérie de ville ! Cette culture ne saurait se limiter à quelques idées générales.

Les associations doivent participer à la diffusion de savoirs précis sur les systèmes qui structurent les paysages (bocages, terrasses de culture…), sur des méthodes rigoureuses de conception et de gestion, sur des connaissances historiques, le tout étant indispensable à l'efficacité de l'action. ■

**Jean Cabanel,**
auteur de « Pays et paysages de France »,
éditions du Rouergue

DÉCRYPTAGE

# La France intelligente

Voici quelques années, certains ont décrété que l'on pouvait ne plus « bronzer idiot ». Eh bien, sachez que désormais l'on ne pourra plus feuilleter sans réagir ces sempiternels ouvrages, aussi lourds qu'ils sont creux, déclinant la France sous ses plus beaux atours et que l'on vous offre pour votre anniversaire ou votre retraite. Lisez le livre de Jean Cabanel « Pays et paysages de France » et vous comprendrez. Avec cet ouvrage, « voyager idiot » et s'ébahir sans réfléchir devant des paysages de cartes postales ne sera plus possible !

Jean Cabanel dévoile dans son ouvrage l'au-delà des apparences, l'alchimie secrète qui a donné naissance aux paysages de France. Car les paysages, sous nos latitudes, ne sont pas le fruit du hasard, mais, d'abord, celui de la nécessité. Depuis deux millénaires, ils n'ont cessé d'évoluer et d'être profondément marqués par l'activité humaine. Une activité qui, au XIXe siècle, fera du paysage le reflet avant tout du labeur paysan, omniprésent jusque dans les espaces les plus inaccessibles : c'est alors l'époque de l'expansion maximale de l'agriculture, celle où les terrasses escaladent les pentes jusqu'au ciel.

Mais Jean Cabanel montre que le paysage ne se limite pas, comme certains ont voulu le laisser croire, à un pur déterminisme économique et à la traduction mécanique sur un territoire donné des activités économiques qui s'y déploient. Le goût de l'ordonnancement, la quête du beau, la recherche de l'harmonie, un idéal social, politique ou religieux peuvent aussi jouer un rôle et orienter la façon d'aménager, de bâtir, de cultiver. Mais qu'en est-il alors en ce début du troisième millénaire qui, après un siècle marqué déjà par de radicales évolutions, enregistre quotidiennement les plus importantes, les plus brutales, les plus apparemment définitives métamorphoses ? Qu'en est-il, alors que la machine qui s'emballe semble tout emporter et commander ? Jean Cabanel explique quelles démarches sont possibles, quelles méthodes sont disponibles pour que le paysage contemporain ne soit pas le résultat d'une mécanique fatale, mais le fruit d'une quête individuelle et collective. Vous comprendrez alors pourquoi les magistrales photos – la plupart de Raymond Sauvaire, mais certaines de l'auteur lui-même – sont, dans cet ouvrage, tout sauf de simples belles cartes postales. ■

**Pierre-Jean Delahousse**

▸ ***« Pays et paysages de France »,***
*Jean Cabanel. Éditions du Rouergue.*
*192 pages, 35 euros.*

## PARCOURS

**Responsable pendant plusieurs années de la « Mission » puis du « Bureau du paysage » au ministère de l'Environnement, Jean Cabanel n'a jamais interrompu, bien au contraire, ses activités. Pour cet humaniste, le paysage est peut-être en effet l'une des plus belles occasions de mettre autour d'une table des hommes de bonne volonté désireux de construire ensemble un projet cohérent sur un territoire plus riche de sens.**

# La Bretagne ou l'environnement égaré

Un géographe de formation porte un regard sans complaisance sur l'évolution de sa région et les transformations dont elle a fait l'objet au cours de ces dernières décennies : urbanisation dévoreuse d'espace, mitage du paysage, disparition du bocage et des haies, architecture contemporaine irrespectueuse des caractéristiques locales, zones commerciales hors des centres urbains, pression foncière anarchique sur le littoral, etc.

Exemples, cartes et photos à l'appui, l'auteur égrène la longue litanie des erreurs commises (et actuelles) qui dégradent de façon irrémédiable les paysages à un point tel que si l'on n'y prend garde, les touristes dégoûtés d'un tel spectacle finiront par déserter la Bretagne touristique.

Au-delà du cas breton, les analyses exposées dans cet ouvrage pourraient être transposées à n'importe quel autre région française. Un ouvrage dont la lecture devrait être imposée aux urbanistes, aménageurs, élus et, d'une façon générale, à tous ceux qui ont eu à instruire des dossiers d'aménagement ou des permis de construire. ■

▸ ***« La Bretagne ou l'environnement égaré. Essai sur l'organisation de l'espace en France à partir du cas breton »,***
*Jacques Lescoat. 250 pages, 18 euros.*

À commander franco de port (18 euros) sur :
http://jlescoat.free.fr/

# L'homme qui vivait avec les ours

Tous les enfants de France, tous les parents de ces enfants devraient lire dès aujourd'hui cet hymne à la nature entonné par André Cazetien, l'auteur de « Cannelle, chanson pour l'homme et pour l'ours » (voir *Action Paysage* n° 25 de décembre 2005). Peirot, le héros de ce très joli roman, les convaincra un peu plus encore qu'une « éthique nouvelle, celle du respect et de la protection de la nature » s'impose à chacun de nous et que « pour arrêter un jour de tuer les hommes, il faut arrêter de tuer les ours* ». ■

▸ ***« L'homme qui vivait avec les ours »,***
*André Cazetien. 116 pages, 19 euros.*
*Biarritz/Paris. www.atlantica.fr*

* Sur l'ours en particulier, voir notamment *Action Paysage* n° 23 de janvier 2005, n° 26 de juin 2006 et n° 27 de décembre 2006.

COMMISSIONS DÉPARTEMENTALES DES SITES

# Nouvelle reconnaissance de la compétence de Paysages de France

Un décret publié en 2006 a modifié la composition et le mode de fonctionnement des anciennes commissions départementales des sites, perspectives et paysages. Celles-ci sont ainsi devenues les commissions départementales de la nature, des paysages et des sites (CDNPS).

L'une des principales modifications réside dans le fait que les nouvelles commissions ne comportent plus de collège commun à l'ensemble de leurs formations, chaque formation étant amenée à se prononcer dans un domaine précis (affichage publicitaire, carrières, faune sauvage…).

Photos : Paysages de France

Les CDNPS « concourent à la préservation des paysages » (ci-dessus à Aubière, dans le Puy-de-Dôme). Quelle peut être la crédibilité de telles commissions qui, quasi systématiquement, donnent un avis favorable à des projets de règlements autorisant des 4 x 3 et autres panneaux de grands formats ?

## Paysages de France siège dans une vingtaine de commissions

Or, au sein de ce collège commun, on retrouvait généralement dans chaque département la ou les associations locales de protection de l'environnement, qui, très compétentes dans de nombreux domaines, ne l'étaient pas dans celui, très pointu, de la publicité, et qui, néanmoins, étaient amenées à se prononcer sur des projets dépassant leurs compétences.

Un exemple édifiant aura été celui de cette association départementale qui, bien que partageant les positions de Paysages de France et ayant été avertie du caractère inacceptable du projet soumis à l'approbation de la commission, ne se prononça pas moins en faveur de ce dernier : la présentation particulièrement tendancieuse du projet, par le représentant du préfet, avait suffi à abuser cette association pourtant au-dessus de tout soupçon !

La disparition de ce collège commun aura ainsi permis à un certain nombre de préfets de proposer à Paysages de France de disposer d'une voix délibérative dans la formation dite « de la publicité* ». Le rôle principal de cette formation est de se prononcer sur les projets de règlements locaux de publicité, préparés par des groupes de travail. Or, les associations de protection de l'environnement se trouvent aujourd'hui exclues de ces derniers du fait notamment des démarches de l'Union de la publicité extérieure (UPE), organisation qui regroupe en particulier les principales sociétés d'affichage publicitaire comme Clear Channel, CBS Outdoor et Decaux.

***Pour certains préfets, le droit de s'exprimer suppose que l'on se taise***

Le nombre de départements où l'association est représentée aurait vraisemblablement pu être beaucoup plus élevé. En effet, la constitution des nouvelles commissions s'est effectuée principalement à l'été 2006, et il a fallu rechercher en urgence des adhérents acceptant de représenter l'association au moment même où la France entière était en vacances… De plus, certains préfets ont manifestement écarté Paysages de France à titre de représailles, à la suite des contentieux que l'association s'était trouvée contrainte d'engager du fait de la carence des représentants de l'État.

Tel a notamment été le cas dans plusieurs départements où la situation de l'affichage publicitaire a récemment défrayé la chronique, à l'instar des Côtes-d'Armor et du Puy-de-Dôme. Le préfet du Tarn, pour sa part, s'est même étonné devant les juges du tribunal administratif de Toulouse que l'association « ose » faire acte de candidature alors qu'elle avait peu auparavant déposé un recours contre le refus du préfet d'ordonner le démontage de panneaux de 12 m² installés dans le parc naturel régional du Haut-Languedoc… En d'autres termes, la condition *sine qua non* pour que Paysages de France dispose du droit de formuler un avis sur la réglementation en matière d'affichage au sein des CDNPS serait qu'elle renonce dans le même temps à exiger la stricte application de cette réglementation. Bref, le droit de s'exprimer suppose que l'on se taise ! Une situation qui en dit long sur la conception que nombre de représentants de l'État se font des lois destinées à protéger l'environnement et de leur application.

Mondeville, Calvados

## Un vote au résultat presque toujours connu d'avance

Alors que les afficheurs et les fabricants d'enseignes disposaient jusqu'ici d'une voix purement consultative, ceux-ci disposent désormais dune voix délibérative. Ils sont, en outre, plus nombreux, car si le collège des « personnalités compétentes » au sein duquel ils siègent comporte autant de membres

que le collège des « personnalités qualifiées », ce dernier regroupe également, outre les membres des associations de protection de l'environnement, comme Paysages de France, d'autres organismes comme les conseils d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement (CAUE) qui dépendent des conseils généraux.

Si l'avis favorable de la commission reste un passage obligé pour une commune qui veut se doter d'un règlement de publicité ou procéder à la révision du règlement en vigueur, force est de constater que l'obtention de cet avis constitue, de fait, une simple formalité. Comme l'ont montré les quelques réunions auxquelles les représentants de Paysages de France ont pu participer ces derniers mois, l'écrasante majorité des membres se montrent toujours favorables au projet qui leur est soumis.

Dans les Hauts-de-Seine ou dans le Rhône, les représentants de Paysages de France ont ainsi été les seuls à voter contre des projets de règlements n'assurant même pas le minimum que l'on soit en droit d'attendre aujourdhui en matière de protection de l'environnement, du cadre de vie et du paysage. En Ille-et-Vilaine, seuls les représentants de Paysages de France et de l'UFC-Que Choisir se sont opposés au projet de nouveau règlement de publicité de Rennes, qui prévoit notamment – c'est le comble – l'instauration d'une « zone de publicité élargie »… Les CDNPS n'ont de toute manière pas le pouvoir de modifier un projet de règlement : lorsqu'une commission rend un avis défavorable, c'est le groupe de travail qui doit modifier le projet avant de le présenter à nouveau lors d'une séance ultérieure de la commission.

## Faire contrepoids

Tout n'est cependant pas toujours joué d'avance. En juin 2005, il s'en était fallu de très peu pour que le projet de règlement de publicité de Voglans (Savoie) ne soit rejeté. L'architecte des Bâtiments de France, qui avait initialement proposé l'approbation du projet, avait finalement lui-même voté contre après avoir été averti par Paysages de France des graves lacunes que comportait celui-ci.

Voici quelques années, c'est le projet de règlement de la ville de Paris qui avait été rejeté. La présence aux réunions permet en tout état de cause aux représentants de Paysages de France ou à d'autres associations de protection de l'environnement d'obtenir de précieuses informations sur la manière dont est abordé, dans chaque département, le problème de l'affichage publicitaire. Et, surtout, d'être présent lorsqu'il s'agit de contredire les afficheurs, dont chacun peut imaginer quel peut être le discours. ■

**Cyril Ronfort**

* Dans quelques départements, Paysages de France siège également au sein d'autres formations.

ENVIRONNEMENT

# Les beaux rivages du lac d'Annecy

Paysages de France

Parlez du lac d'Annecy à celui qui a déjà séjourné dans la région : il ne tarira pas d'éloges sur la beauté du site. Tapez Annecy dans Google images (http://images.google.fr) et le paradis saute instantanément sur votre écran. Et pourtant ! Suivez la rive ouest, depuis Annecy jusqu'au Bout-du-Lac (commune de Doussard) : vous découvrirez alors un tout autre décor, celui de l'horreur publicitaire, une horreur qui est souvent le résultat du viol de la loi :

– publicités de 12 m² scellées au sol dans des communes d'une taille qui ne le permet pas (1), préenseignes illégales parce que ne relevant pas du régime dérogatoire concernant certaines activités utiles aux personnes en déplacement ;

– empilement de panneaux sur des totems de grande hauteur, conduisant à augmenter pour les bénéficiaires le nombre d'emplacements disponibles ;

– publicités accrochées sur des supports de signalisation routière ;

– multiplication d'enseignes scellées au sol démesurées ;

– absence totale de régulation de l'affichage temporaire, les annonceurs allant désormais jusqu'à tapisser le dos des nombreux supports permanents qui leur sont offerts ;

– financement probablement public de multiples préenseignes, scandaleuses dans les carrefours giratoires.

L'impact de ce fatras est tel que, depuis les voies publiques des rives du lac, la publicité fait passer au second plan la carrière de Brédannaz, pourtant dénoncée par l'association « Lac d'Annecy environnement (2) ». Quant à la signalisation routière, dimensionnée sans surenchère sur fonds publics, elle a perdu toute son efficacité. Cette gabegie paysagère se déroule essentiellement dans la commune de Doussard, mais également à Sevrier, Saint-Jorioz, Duingt, toutes situées dans le parc naturel régional des Bauges. Or, dans un parc naturel, toute publicité est, *a priori*, interdite (3) et, comme dans n'importe quelle commune de France, les maires ont l'obligation d'agir contre les infractions en matière d'affichage publicitaire (4).

## Une agression permanente

Les groupements (conseil général, parc naturel régional des Bauges, communautés de communes, syndicat intercommunal du lac d'Annecy, dont le président est sénateur) pourraient jouer un rôle moteur d'accompagnement. Ils auraient d'autant plus de raisons d'agir que, globalement, cet amoncellement de panneaux dessert l'économie qu'elle prétend servir et coûte cher au consommateur. À lui seul, un dispositif de cette nature nuit visuellement à tous ceux auxquels il s'expose (souvent des milliers de personnes par jour), pour finalement ne rapporter peut-être qu'un peu de plus-value à son unique bénéficiaire… sous réserve que le concurrent n'en ait pas mis un plus grand.

Plusieurs enquêtes récentes ont conclu qu'une grande majorité de la population se sentait agressée par ces publicités et enseignes aux allures de « coups de poing atroces » (Michel Serres). Une évidence qu'il faut rappeler au moment où des changements interviennent au sommet de l'État et où débute une nouvelle législature. ■

**L. D.-R.**

(1) Et peut-être même hors agglomération, ce qui constitue un délit.
(2) Voir le « manifeste du lac d'Annecy » sur le site internet de l'association : http://assoc.orange.fr/alae/Manifeste.htm
(3) Voir le Code de l'environnement, notamment l'article L581-8 §1 point 3.
(4) Voir le Code de l'environnement, notamment l'article L581-27.

TÉMOIGNAGES

# Paysages de Mongolie : le choc du retour… en France

D. R.

À peine âgée de 18 ans, Linda Gardelle, déjà rompue aux voyages aventureux, part séjourner un an en Mongolie, sillonne inlassablement le pays quelles qu'en soient les conditions climatiques, fait des rencontres et nous raconte l'immensité de la steppe, son calme ou ses tempêtes. Une grande bouffée d'air pur au milieu de paysages qui ouvrent le souffle… Mais attention ! Le retour en France est brutal.

L'auteur vient juste de revenir la veille au soir et conclut son récit initiatique par ce dernier paragraphe. ■

**Sylvain Swynghedauw**

**« Le lendemain, je sortis au petit matin dans la rue. Je tombai face-à-face avec un grand panneau publicitaire tout neuf qui me choqua, puis sur un autre qui me choqua tout autant, et sur d'autres encore qui me révulsèrent. Ce n'était pas possible… Je ne voulais pas faire partie de ce monde stupide et vulgaire ! Je ne pouvais éviter les affiches, les slogans, autant d'articles de propagande qui s'infiltraient partout. Je n'étais plus celle qui allait librement dans la steppe, au sud, au nord, à l'est, à l'ouest, comme elle le décidait. Je n'étais plus celle à laquelle le vent apportait des messages, et les montagnes bleues, les collines vertes, ne pouvaient plus me parler. Ici, c'était tout ça, toutes ces horreurs qui me parlaient et je ne pouvais pas les fuir car elles étaient partout et leur message était hideux, laid, stérile, et mon regard fuyant ne pouvait leur échapper, il y revenait toujours. J'étais devenue une bête, un mouton parmi les autres moutons, qui va bêler comme les autres et qui ingurgite tout ce qu'on lui donne, qu'on abreuve avec les mêmes choses que les autres. Ces affiches étaient horribles et me choquaient car elles m'obligeaient à connaître ce qu'elles renfermaient et ainsi elles forgeaient en moi ce qu'on voulait y forger. Je n'étais plus libre. Je compris qu'il me faudrait me débattre pour ne pas me noyer. »**

▸ ***« Aylal, une année en Mongolie »,*** *Linda Gardelle. Éd. Gaïa. 237 pages, 19 euros.*

# Redeker l'« islamophobe » idolâtre la pub

Le professeur de philosophie Redeker a défrayé la chronique en 2006 par ses prises de position tonitruantes sur l'islam. Mal lui en a pris puisque ce qui l'avait mis sous les feux de la rampe l'a aussitôt conduit à se mettre à l'ombre, loin de ses élèves, pour échapper à une fatwa… Qu'il ait eu tort ou raison de mettre ainsi les pieds dans le plat de fayots ou de semoule n'intéresserait pas Paysages de France s'il n'y avait un hic. Car lorsque, dans *Le Monde*, le même professeur fait de ses positions sur la publicité l'un de ses tremplins médiatiques, il est clair que Paysages de France se prend une soudaine envie d'entrer dans la danse.

Redeker, on l'a vu, ne fait pas dans la dentelle. L'« islamophobe » s'est converti en idolâtre de la pub : à l'en croire, celle-ci serait même le socle de la démocratie. Il est vrai que – si l'on s'en tient aux seuls effets de la publicité sur le paysage, qui est l'objet de l'association – les emblèmes de la grande distribution de 20 ou 30 mètres de hauteur, les écrans publicitaires de 500 m² au bord de la voie la plus fréquentée de France, les campagnes de Carrefour ou de Leclerc sur des dizaines de milliers de panneaux géants en bataillons serrés, tout cela n'a en effet absolument rien à voir, ni de près ni de loin, avec de la propagande ou avec une forme quelconque de totalitarisme.

Fabrice Eulry, musicien de jazz très enjoué et membre d'honneur de Paysages de France, ne semble pourtant pas avoir compris (lire ci-contre) que ceux qui dénoncent cela ont tout simplement, comme l'affirme Redeker, « la haine de la gaieté ». On pourrait même regretter que le philosophe n'aille pas au bout de sa pensée : ces gens-là, mon bon monsieur, ce sont tous des ayatollahs, des Torquemada, bref, des terroristes. ■

**Pierre-Jean Delahousse**

## RÉPONSE D'UN MEMBRE D'HONNEUR DE PAYSAGES DE FRANCE

**« C'est sans haine, professeur Redeker, que nous vous répondons : Puisque les corps et les images qui "s'étalent en de vives couleurs sur les murs de notre démocratie" sont votre "gaieté" et le "piment" de votre vie, profitez-en… chez vous ! Votre boîte aux lettres, vos journaux, votre téléphone, votre télévision, votre ordinateur vous combleront. Mais puisque vous prétendez défendre la démocratie, tolérez que nous n'ayons pas envie de nous laisser gaver de votre piment à l'entonnoir. La démocratie, monsieur Redeker, ce n'est pas la pub, c'est le choix. Nous aussi, nous aimons la sensualité et la gaieté. Celle que nous procure par exemple le fait de faire découvrir la nature à nos enfants […]. [Celle] que nous procure la découverte du patrimoine préservé et d'espaces urbains conviviaux (tiens, nous aussi, nous aimons les villes), et toutes les merveilles que ce monde nous donne et auxquelles vous semblez imperméable. Aussi, quand, angoissé par le vide, vous vous interrogez : "Que serait le monde sans pub ?", nous pouvons presque nous demander si vous voulez parler de notre planète ou du journal qui vous ouvre ses colonnes. »**

**Fabrice Eulry**

MONTAUBAN (TARN-ET-GARONNE)

# « Save the french landscape »

*Action Paysage* a déjà évoqué le cas de Montauban et la formidable mobilisation de ceux qui, de plus en plus nombreux dans cette ville, refusent de subir. Si l'on peut regretter parfois que certains de nos compatriotes se contentent de « râler » plutôt que d'agir, il ne faut pas pour autant désespérer.

**Tony Smith,** correspondant de Paysages de France.

## Rock'n roc

Montauban est en tout cas édifiant même si, dans le cas d'espèce, le principal acteur de ce mouvement se prénomme Tony Smith (lire « Tony l'Anglois » dans *La Décroissance* n° 139 de mai 2007). Un Anglais de choc, qui, après avoir joué pendant dix ans dans un groupe de rock, tient désormais un restaurant dans cette ville et est devenu… correspondant local de Paysages de France.

Un militant dont le charisme, la détermination et les méthodes ont manifestement joué un rôle décisif. Bref, un roc contre lequel les afficheurs ne peuvent que se briser. C'est ainsi que, depuis des mois, les adhérents et sympathisants locaux de Paysages de France multiplient, en liaison avec le siège de l'association et, souvent, de concert avec Antipub 82, les initiatives propres à faire bouger les choses et à modifier le rapport de force.

## Les afficheurs cherchent à se faire haïr et à se ridiculiser

Certes, les afficheurs (1) ont réussi à obtenir du préfet (2) que le représentant de Paysages de France soit écarté du groupe de travail chargé d'élaborer un règlement de publicité pour la commune de Montauban. Mais il s'agit plutôt d'une victoire à la Pyrrhus. En effet, les afficheurs ont ainsi montré, aux Montalbanais et notamment à la mairie, leur vrai visage.

En s'opposant cyniquement à la participation officielle de Paysages de France, seule association qui connaisse vraiment la question de l'affichage publicitaire et qui soit capable de constituer un contrepoids indispensable dans les groupes de travail, non seulement ils se sont gravement discrédités auprès de la population, mais ils n'ont fait que jeter de l'huile sur le feu de la contestation.

C'est sans doute pour cette raison aussi que, depuis, la pétition demandant la fin des panneaux publicitaires de grand format a connu un tel succès. Et, inversement, que la pétition lancée par un afficheur local a fait rire toute la ville.

## Action mode d'emploi

L'activisme des militants montalbanais a de quoi impressionner. Mais lorsqu'on est animé par une conviction, lorsqu'on arrive à communiquer sa flamme à d'autres, lorsque les résultats, parfois spectaculaires, suivent (lire page 15), tout semble alors facile et possible. Au point que conduire de multiples opérations sur place et les médiatiser avec succès, jusqu'à l'étranger, tenir régulièrement des stands, y compris chaque semaine, pendant deux mois, au marché de la ville, ne semble pas suffire à ces militants de Montauban. Et qu'ils trouvent encore le moyen de se déplacer dans tel autre département pour représenter Paysages de France au sein d'une instance officielle ou pour commenter le film qu'ils ont tourné et qui a déjà fait le tour de la France (lire page 5) ! Bref, un magnifique exemple pour tous et en particulier pour les correspondants locaux et les adhérents de Paysages de France (3). ■

***Depuis des mois, les adhérents et sympathisants locaux de Paysages de France multiplient les initiatives pour faire bouger les choses et modifier le rapport de force***

Photos : Paysages de France

Montauban, 28 mars 2007 : présentation des 2 000 premières signatures.

## PÉTITION

**Les milliers de signatures collectées ont été exposées à trois reprises déjà, le 28 mars 2007 sur un panneau du conseil général (reportage sur France 3), le 5 avril 2007, lors de la visite de Ségolène Royal à Montauban et le 17 avril, lors d'une intervention de la ministre du Commerce extérieur.**

(1) Sur l'attitude de l'UPE, lire *Action Paysage* n° 27, page 14.
(2) Sur les agissements du préfet concerné, lire page 15.
(3) Pour en savoir plus sur la stratégie mise en place à Montauban : aleluis@club-internet.fr

PARIS

# Le gâchis des « États généraux du paysage »

Annoncés solennellement le 15 mars 2006 par Jean-Louis Debré, président de l'Assemblée nationale, des « États généraux du paysage » se sont réunis à Paris, le 8 février 2007, au Conseil économique et social, pour traiter notamment des « stigmates » infligés au paysage. Or, aussi incroyable que cela puisse paraître, la question de l'affichage publicitaire et de son impact sur le paysage ne figurait même pas au programme de cette manifestation. Cela, malgré l'évidence des « stigmates » infligés par les panneaux publicitaires et les enseignes démesurés, notamment aux abords des villes et à leurs entrées. Cela, bien qu'une loi de protection du paysage soit bafouée à grande échelle puisque des dizaines de milliers de ces panneaux et de ces enseignes sont implantés en violation du Code de l'environnement.

Paysages de France

Paris, 8 février 2007 : la police repousse les militants de Paysages de France et de RAP.

## Comment expliquer un tel aveuglement ?

Paysages de France, la seule association nationale ayant pour objet spécifique et unique la défense du paysage et la seule à agir dans ce domaine, n'aura même pas obtenu la possibilité d'intervenir, ne serait-ce que dix minutes, sur le sujet. Pourtant l'association – qui avait participé très en amont aux réunions qui allaient aboutir à la convocation d'états généraux – avait manifesté, dès juillet 2006, son intention d'y participer.

Comment expliquer un tel aveuglement, un tel autisme de la part de ceux qui prétendaient organiser des « États généraux du paysage » ? Le sujet est-il trop dérangeant pour certains ? Est-ce un sujet tabou, parce qu'il met trop souvent en cause l'État et des liens ambigus avec des acteurs économiques de premier plan ? Est-il dangereux pour tous ceux qui de près ou de loin veulent ménager ceux qui les « nourrissent » ?

Et puis, après tout, il est tellement plus confortable de parler de choses « sérieuses », au cœur de Paris, loin des entrées de ville transformées en cloaques publicitaires. Tellement plus facile de rester sourd à l'impatience et à la colère d'un nombre chaque jour croissant de citoyens, d'associations, de personnalités et d'élus de tous horizons. Tellement plus commode de faire intervenir des entreprises (SNCF, Lafarge), des chasseurs, des chargés de mission de telle ou telle collectivité ou des représentants de telle ou telle institution. Bref, de rester entre « professionnels » et de n'admettre, pour faire bonne figure, que la participation de deux associations patrimoniales… dont l'une invite Michel-Édouard Leclerc (lire page 14) à ses assemblées générales *(sic)*.

Même l'intervention courageuse de Kléber Rossillon, président de la Fnassem (l'autre association), n'aura eu aucun effet. Pourtant, ce dernier n'avait pas mâché ses mots au point d'écrire que ces États généraux du paysage ne mériteraient pas leur nom si Paysages de France ne pouvait pas s'y exprimer. Pourtant, Jean Cabanel, auteur de *Pays et paysages de France* (lire pages 6 et 7) et rapporteur de l'atelier B de ces « États généraux », avait, lui aussi, exprimé le souhait que Paysages de France puisse intervenir.

C'est donc pour dénoncer cette tartuferie et ce gâchis, pour dénoncer le silence accablant – y compris lors d'« États généraux du paysage » – qui entoure le scandale de l'affichage publicitaire en France, que des militants de Paysages de France et de Résistance à l'agression publicitaire (Rap) ont manifesté, le 8 février, devant le siège du conseil économique et social. Et que ces États généraux se sont déroulés sous la « protection » de la police ! Cette situation proprement « surréaliste » montre que la publicité ne gangrène pas que le paysage. Elle montre surtout que le combat mené par Paysages de France contre les délinquants de l'environnement et leurs complices est plus que jamais d'actualité. Une actualité jalonnée par les victoires de Paysages de France. ■

***« Je pense que nos États généraux du paysage ne mériteraient pas leur nom si l'association militante la plus engagée ne pouvait pas s'exprimer sur un problème qui est perçu par le public comme un enjeu majeur de paysage. »***

***Kléber Rossillon,***
***président de la Fédération nationale des associations de sauvegarde des sites et ensembles monumentaux (Fnassem)***

## LES 23 CONSEILLERS VERTS DE PARIS ONT CHOISI LEUR CAMP

**« Nous, élus parisiens, dénonçons l'éviction de l'association Paysages de France de l'organisation des États généraux du paysage. Il nous paraît invraisemblable d'évoquer la question des paysages sans aborder le problème de l'affichage publicitaire, qui constitue une vraie pollution visuelle dans les paysages urbains, périurbains et ruraux. »**

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

# Paysages de France lance un appel au maire de Paris

Après deux ans d'interruption, marquée par la signature d'un contrat entre la mairie et l'afficheur Decaux, le groupe de travail chargé de réviser le règlement de publicité de Paris s'est enfin réuni le 3 mai 2007. L'ordre du jour concernait uniquement le zonage. Pour le reste, les membres du groupe de travail attendent toujours que leur soit communiqué officiellement l'ensemble du projet…

Paysages de France a pu néanmoins se procurer un exemplaire de sa dernière mouture. Mis à part les mesures concernant les enseignes, la seule décision réellement significative qui soit envisagée est la suppression des scandaleuses « zones de publicité élargie », instituées en 1991. Pour le reste, le projet de règlement, s'il était adopté en l'état, ne ferait que redéployer, en l'aggravant parfois, la pollution engendrée par la présence de milliers de panneaux publicitaires dans le paysage parisien. De fait, alors qu'aucune information n'avait filtré depuis près de deux ans, nombre de dispositions retenues semblent directement inspirées par les afficheurs eux-mêmes.

Un projet qui, en tout état de cause, n'est ni à la hauteur de l'enjeu que représente Paris au niveau local, national ou international, ni à la hauteur des enjeux environnementaux de ce début du XXIe siècle. Paysages de France a donc alerté Bertrand Delanoë.

Ainsi, alors que, partout en France, le tristement célèbre « 4x3 » est remis en cause dans les règlements de publicité (Lyon, Montpellier, etc.), Paris non seulement maintiendrait les panneaux de 12 m², mais autoriserait des publicités de 16 m² ainsi que des dispositifs appelés « visuels », sans limites de surface. De même, alors que tous les règlements récents proscrivent les panneaux scellés au sol côte à côte ou en « V », Paris invente la notion d'« emplacement publicitaire » autorisant les panneaux scellés au sol formant « un angle entre eux ».

Des règles d'espacement seraient instaurées, non pas entre deux panneaux comme cela se fait partout, mais entre « emplacements publicitaires » pouvant compter chacun deux panneaux de 12 m². Qui plus est, les « interdistances » entre ces groupements de panneaux seraient alors, dans la partie de Paris située à l'intérieur des boulevards des Maréchaux, six fois inférieures à l'interdistance minimale préconisée par le ministère de l'Écologie !

## Un effet perturbateur décuplé

Les panneaux publicitaires scellés au sol de grand format sont l'un des principaux vecteurs de la pollution visuelle en matière d'affichage publicitaire : plutôt que de donner l'exemple en balayant devant sa porte, la mairie autoriserait sur le domaine public plus de 200 panneaux comportant des affiches de grande dimension, éclairées et mobiles.

La mairie annonce une baisse de 20 % du nombre de dispositifs de mobilier urbain publicitaire recevant des affiches de 2 m² (« sucettes »). Or, il est prévu que ces dispositifs compteront trois affiches qui défileront sans cesse au lieu d'une seule ! En outre, la quasi-totalité des autres dispositifs de mobilier urbain publicitaire pourraient recevoir eux aussi des affiches défilantes. Du fait de l'éclairage et, surtout, du défilement, l'effet perturbateur de la publicité sur le paysage environnant en serait décuplé.

***Paris non seulement maintiendrait les panneaux de 12 m² mais autoriserait des publicités de 16 m² ainsi que des dispositifs appelés « visuels », sans limites de surface***

Le projet de règlement ne fixe pas de maximum au nombre de dispositifs de mobilier urbain publicitaire sur le domaine public (plusieurs milliers). Si aucune limite n'est indiquée dans le futur règlement, rien n'empêchera la mairie et l'afficheur Decaux de signer des avenants ainsi que cela s'est déjà fait.

L'article R. 418-4 du Code de la route interdit les publicités qui sont de nature à solliciter l'attention des usagers des voies publiques dans des conditions dangereuses pour la circulation routière. Or, l'éclairage et le défilement aggravent dans des proportions très importantes le caractère accidentogène des publicités. Ce genre de publicités pourrait être autorisé même le long du périphérique ! Aucune mesure n'a encore été prise pour encadrer les nouvelles technologiques (publicités diffusant des images animées), qui, relevant de la publicité dite lumineuse, nécessitent des dispositions réglementaires spécifiques.

Alors que de nombreux règlements interdisent la circulation des véhicules publicitaires et que la lutte contre les émissions de gaz polluants est devenue un enjeu planétaire, le projet de règlement prévoit que des véhicules supportant des panneaux publicitaires de grand format (2 panneaux de 8 m² généralement) pourront se déplacer 24 heures sur 24 et sans limitation de nombre.

Enfin, plusieurs dispositions sont entachées d'illégalité alors même que la mairie de Paris a été largement informée du problème par Paysages de France : ces dispositions seraient aussitôt attaquables si elles devaient être maintenues (articles P2.1.2 dernier alinéa ; P2.2.2.1 a ; P2.5.1.2 dernier alinéa ; P2.5.3.1). Le projet, dans son état actuel, est donc inacceptable. D'où l'appel solennel adressé à Bertrand Delanoë. ■

**Pierre-Jean Delahousse**

Paysages de France

Porte de Clignancourt.

DÉMONTAGES

# Enseignes Leclerc mises à terre

Photos : Paysages de France

Démontage de l'enseigne de Saint-Aunès (agglomération de Montpellier) le 19 avril 2007.

**Leclerc, qui communique à satiété sur le thème de l'environnement, n'avait pas hésité à installer des dispositifs en infraction avec une loi de protection de l'environnement. Ni à les maintenir en place des mois durant, voire des années, après les premières interventions des services de l'État.**

## 1 SAINT-AUNÈS (HÉRAULT)

Après le démontage en janvier 2006 d'une gigantesque enseigne scellée au sol Carrefour, à Saint-Clément-de-Rivière, c'est l'enseigne de l'hypermarché Leclerc de Saint-Aunès qui, le 19 avril 2007, a été démantelée. Même si, dans un premier temps, l'association avait eu beaucoup de mal à faire bouger le préfet de l'Hérault et même si, à plusieurs reprises, l'association avait été conduite à exprimer sa lassitude et à informer quelle saisirait au besoin le juge administratif, le dialogue n'a jamais été rompu. Au contraire, au fil des mois, une véritable collaboration s'était mise en place en vue notamment de contrer les efforts de Carrefour pour embrouiller ceux qui demandaient à cette société de respecter enfin le Code de l'environnement.

C'est pourquoi, dans l'affaire de l'enseigne Leclerc de Saint-Aunès, Paysages de France a dû, certes, faire preuve une fois de plus d'une grande patience, mais a préféré faire confiance à la préfecture qui, forte du démontage de l'enseigne de Saint-Clément-de-Rivière, s'était formellement engagée – oralement – à instruire cette affaire jusqu'à son terme. Il va de soi que, pour Paysages de France, le recours contentieux ne peut intervenir que lorsque les voies amiables ont été épuisées ou que tel représentant de l'État fait preuve, comme cela arrive parfois, de complaisance à l'égard des délinquants de l'environnement et d'arrogance à l'égard de ceux qui le défendent.

Cette nouvelle victoire, symboliquement importante, ne doit pas faire oublier pour autant que, malgré les autres succès remportés par l'association dans l'Hérault, de nombreux dispositifs irréguliers, panneaux publicitaires et enseignes, sont toujours en place dans ce département, y compris dans le parc naturel régional (PNR) du Haut-Languedoc, des décennies après la création de ce dernier !

Un nouveau dossier concernant des enseignes de très grande hauteur dans la commune de Pérols (agglomération de Montpellier) a été adressé au préfet le 3 janvier 2007. Un autre, concernant cette fois-ci des

panneaux publicitaires installés illégalement dans le PNR du Haut-Languedoc, lui a été envoyé le 30 avril 2007.

## 2 MONTAUBAN (TARN-ET-GARONNE)

Après le démontage en 2006 des enseignes scellées au sol McDonald's, Géant et Campanile, à Montauban, c'est une enseigne Leclerc qui, cette fois-ci, a été mise à terre, le 5 avril 2007. Il s'agissait de l'un des dispositifs les plus ostentatoires qui aient été installés dans cette ville. Après le démontage de l'emblème qui surmontait le tout, l'une après l'autre, les énormes lettres ont connu le même sort. La veille, une enseigne Netto avait été rabaissée de moitié.

Il aura cependant fallu près d'un an pour aboutir à ce résultat. Sollicité dès le 11 mai 2006 par le correspondant local de Paysages de France, le préfet aurait dû mettre en œuvre les dispositions de l'article L. 381-27 du Code de l'environnement donnant quinze jours aux contrevenants pour se mettre en règle. Ce qu'il n'allait pas faire. C'est pourquoi, le 14 août 2006, l'association l'informait de son intention de saisir, si nécessaire, la justice administrative. La situation n'ayant toujours pas évolué sur le terrain et les contrevenants n'ayant toujours pas été mis en demeure, Paysages de France adressait enfin, le 8 mars 2007, un message donnant quinze jours au représentant de l'État pour faire enfin respecter la loi.

### Une loi bafouée

Dès le 16 mars, ce dernier répondait à Paysages de France « que l'approche délibérément agressive *(sic)* et le ton permanent de la menace *(sic)* ne [lui] sembl[ait] pas constituer la meilleure voie dans la recherche de résultats rapides et efficaces […] ». Une affirmation d'autant plus extravagante que Paysages de France avait dû attendre cinq ans pour obtenir que les enseignes McDonald's et Géant, signalées en mars 2001, soient enfin démontées ! Une affirmation parfaitement inadmissible de la part d'un préfet censé être le garant des lois de la République et qui aurait dû, au contraire, rendre hommage à tous ceux qui, au sein de Paysages de France, agissent justement pour le respect des lois. Toujours est-il que le message du 8 mars 2007 concernant les enseignes Netto et Leclerc allait enfin précipiter les choses puisque les démontages attendus depuis mars 2006, soit depuis près d'un an, devaient intervenir les 4 et 5 avril 2007, quelques jours seulement après la réponse acrimonieuse du préfet.

***Pour les enseignes Géant et McDonald's, la carence du préfet avait duré cinq ans !***

Ainsi, les tergiversations et la mauvaise foi de ce dernier auront surtout démontré une fois de plus la façon dont le paysage, « patrimoine commun de la Nation » (loi du 2 février 1995), est considéré dans notre pays par certains représentants de l'État, y compris lorsqu'une loi destinée à le protéger est violée ouvertement et de façon continue.

La carence du préfet aura en effet permis aux contrevenants de continuer à enfreindre la loi, en toute impunité, pendant près d'une année. Une carence qui avait duré cinq ans pour les enseignes McDonald's et Géant. En revanche, ce même préfet n'aura pas attendu pour donner suite à la demande des afficheurs d'écarter Paysages de France du groupe de travail chargé d'élaborer le futur règlement de publicité de Montauban, groupe de travail au sein duquel les afficheurs sont, de leur côté, représentés en force. Une décision d'autant plus grave que rien dans la loi n'empêche que l'association Paysages de France participe, ne serait-ce qu'à titre d'invitée, comme le proposent d'autres préfets, au débat concernant ce futur règlement.

Ainsi, le préfet du Tarn-et-Garonne n'aura vu aucun inconvénient à écarter ceux qui agissent pour le respect des réglementations tandis que siègent, sans problème aucun, des représentants de sociétés dont certaines sont connues pour exploiter un nombre parfois considérable de panneaux publicitaires en infraction.

Paysages de France est donc bien décidée à ne plus accepter la moindre entorse à la loi dans ce département ni à laisser le moindre délai supplémentaire au préfet en cas de nouvelle carence de sa part. Ce sera le cas pour la demande qui lui a été faite le 20 avril 2007 et qui concerne cette fois-ci deux enseignes Géant et Mr Bricolage. ■

**P.-J. D.**

En haut, l'enseigne de Montauban avant le démontage du 5 avril 2007 (ci-dessus).

PYLÔNE DE TÉLÉPHONIE MOBILE DE MONTIGNY (CHER)

# La préfète était restée sourde et muette : le tribunal administratif condamne l'État

Lorsqu'en juin 2005, Paysages de France apprend, par des habitants de Montigny, que la mairie ne voit aucun inconvénient à ce qu'un pylône de 30 mètres de haut soit installé en plein milieu d'un paysage aussi remarquable que fragile, la réaction ne se fait pas attendre. Une lettre est aussitôt adressée à la maire du village pour la convaincre des conséquences malheureuses d'une telle installation.

En effet, le site choisi est à plusieurs titres inacceptable. Ici, nulle possibilité ne serait-ce que d'atténuer l'impact de cette structure : le pylône, dominant un paysage très ouvert et légèrement vallonné, sera visible des kilomètres à la ronde. Le point de vue, à 400 mètres seulement du charmant village de Montigny blotti autour de son église du XII^e siècle*, est remarquable : la commune y a d'ailleurs installé une aire de pique-nique. De plus, le secteur a été jusqu'ici miraculeusement épargné par le mitage qui, un peu partout, ronge le paysage rural français. Tout cela au cœur du Sancerrois qui abrite un vignoble prestigieux dont l'un des emblèmes est, précisément, la qualité des paysages qu'il a façonnés. Une ligne électrique qui, voici quelques années, traversait le coteau viticole a même été supprimée.

Mais qu'importe ! La mairie ne veut rien entendre, malgré le mécontentement de nombreux habitants, malgré la pétition qui circule, malgré les démarches de Paysages de France à qui « on » n'aura même pas la correction de répondre. Quant à la préfète du Cher, saisie quelques jours plus tard, elle ne fera pas mieux. En novembre 2005, le pylône est donc érigé, comme si de rien n'était.

## Un dialogue impossible

Prudente, une famille de la commune avait pris les devants un an plus tôt : une requête avait alors été déposée contre la préfète qui n'avait pas jugé nécessaire de s'opposer à ce projet scandaleux. Constatant que tout dialogue avec les autorités compétentes était impossible et que le passage en force était la réponse de ces dernières, Paysages de France déposait à son tour, le 8 novembre 2005, un mémoire en intervention volontaire. Enfin, le 22 décembre 2006, la société Bouygues, pour laquelle sans doute la destruction du paysage ne suffisait pas, présentait un mémoire sollicitant notamment le versement par les requérants d'une somme de 3 000 euros.

Le 10 avril 2007, le tribunal administratif d'Orléans a tranché. Il a non seulement admis l'intervention de Paysages de France, mais il a surtout annulé la décision tacite du préfet, condamné l'État à verser les 1 000 euros sollicités par les premiers requérants, rejeté enfin les conclusions de la société Bouygues Télécom.

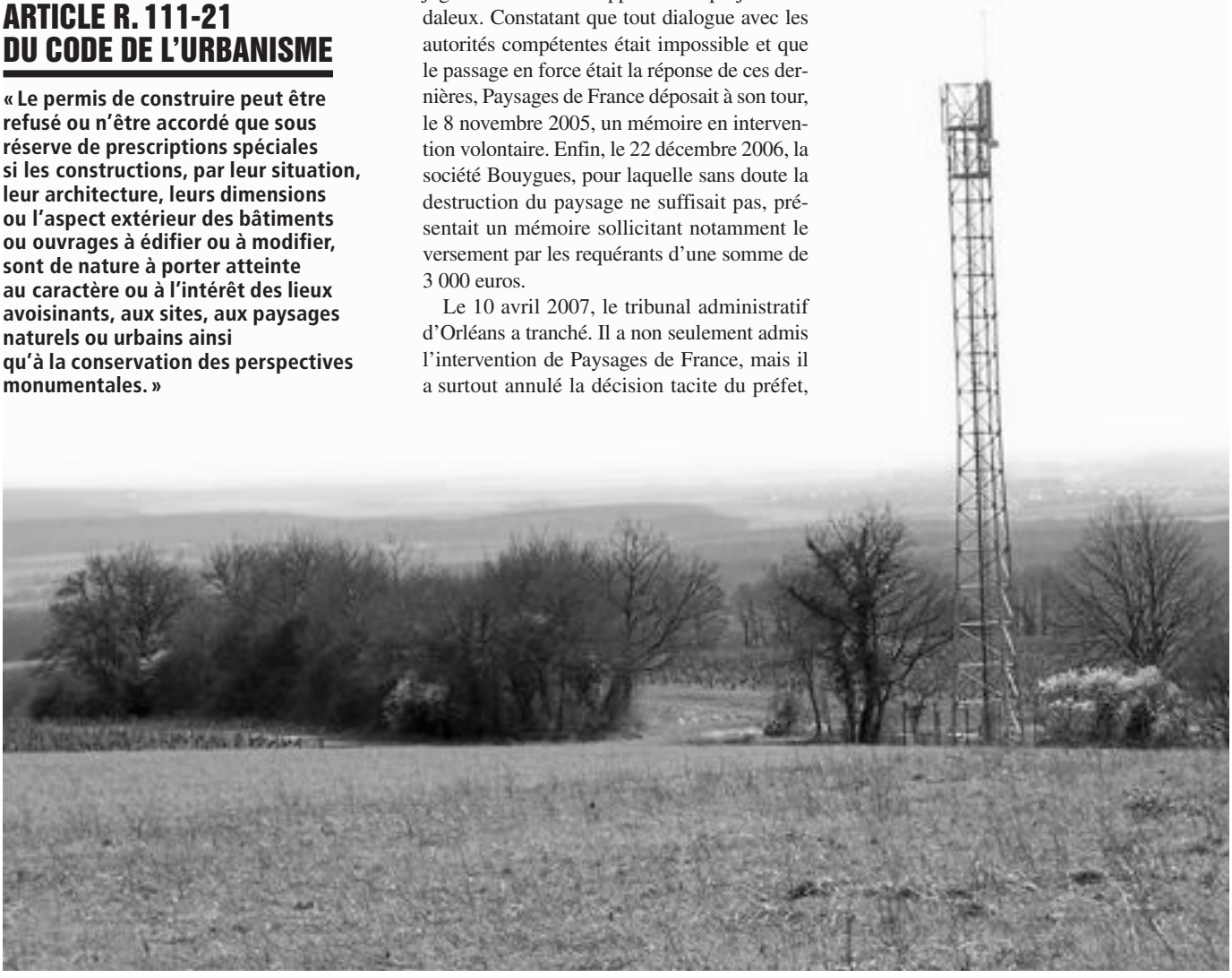
***Le 8 novembre 2005, Paysages de France avait déposé un mémoire en intervention volontaire***

C'est assurément un succès largement mérité pour Auguste Natter, jeune et dynamique président de l'association E.S.Pè.R**, qui lutte pour empêcher que le patrimoine paysager du Sancerrois soit dénaturé. Auguste Natter « espère » aussi, tout comme Paysages de France dont il est correspondant, que la création d'un parc naturel régional (PNR) viendra bientôt apporter à cette douce contrée de France la reconnaissance qu'elle mérite. ■

* http://henrichemont.info/eglises.htm#mont
**Association pour l'esthétisme et la sauvegarde du patrimoine rural (E.S.Pè.R), Le Bourg, 18250 Montigny.

## ARTICLE R. 111-21 DU CODE DE L'URBANISME

**« Le permis de construire peut être refusé ou n'être accordé que sous réserve de prescriptions spéciales si les constructions, par leur situation, leur architecture, leurs dimensions ou l'aspect extérieur des bâtiments ou ouvrages à édifier ou à modifier, sont de nature à porter atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels ou urbains ainsi qu'à la conservation des perspectives monumentales. »**



Paysages de France